

## **Avec Internet, où allons-nous ?**

**Serge Soudoplatoff**

Le Pommier, octobre 2004. 222 pages.

C'est avec une agréable vivacité que Serge Soudoplatoff, conteur né, raconte comment les mondes de l'informatique, des télécommunications et des contenus ont convergé pour créer Internet. Cependant son mérite principal est d'apporter outre une multitude de faits souvent oubliés, une mise en perspective dont la finesse d'analyse servira aussi bien le sociologue que le responsable public ou l'entrepreneur qu'il est également, ayant à son actif la création d'une start-up innovante. Il n'est pas indifférent de faire remonter le phylum du numérique à l'adoption de l'alphabet face aux écritures par idéogrammes. Car cette codification pas encore numérique a élargi énormément l'accès aux connaissances et l'échange des idées, l'histoire montrant que cette ouverture a été nécessaire au développement, tandis que la séquestration du savoir par les scribes a empêché les empires égyptiens ou chinois de progresser. La remarque est très actuelle. L'auteur, fin gourmet travaillant chez un grand opérateur de télécommunications, marie deux observations. Il constate que le vin est bon dans les vignobles exportateurs, exposés à la concurrence, médiocre là où réservé à une clientèle locale captive il n'a pas ressenti le besoin de s'améliorer. Car, quand il y a « un seul acteur dominant, il y a [...] forcément essoufflement de l'innovation. » Leur « position de monopole a empêché les opérateurs de télécommunications de comprendre suffisamment tôt la réalité d'Internet, qu'ils ont ignoré, voire nié, à ses débuts. »

Serge Soudoplatoff nous rappelle aussi que Socrate, d'après Platon, « rejetait l'écrit parce que, selon lui, il ne donnait pas la connaissance mais l'illusion de la connaissance. » Une objection que l'on retrouve chez bien de nos contemporains qui n'ont pourtant pas tous la qualité du grand penseur, mais commettent la même erreur en rejetant le monde dit virtuel et ses outils, les moteurs de recherche en particulier. Au lieu de « défendre » le papier comme les mal inspirés concepteurs de la Très Grande Bibliothèque de France, il convient de constater que le papier est de moins en moins le véhicule de l'information mais de plus en plus le « support de notre réflexion. » pour le plus grand bonheur des producteurs d'imprimantes.

Le narrateur démontre que toute l'histoire d'Internet correspond à la confrontation de deux conceptions de l'organisation des gens, des outils et même des financements. D'un côté le mode hiérarchique, centralisé, de l'autre non pas l'anarchie mais des réseaux d'acteurs mutualisant leurs ressources entre pairs. Le succès foudroyant d'Internet « a prouvé la validité d'autres modèles de gestion, aux antipodes des modèles hiérarchiques. » La logique d'Internet est de partager le pouvoir, d'être un outil d'interactions et de transactions entre acteurs actifs et de même rang, et non entre un centre et des usagers passifs comme dans la télévision ou les télécommunications où les Français ont dû attendre les années 1970 pour que le pouvoir décide de leur octroyer des lignes et des téléphones en masse. Dans cette nouvelle logique, l'innovation est beaucoup plus rapide, parce qu'elle est généralement le résultat d'initiatives spontanées qui par essais et erreurs successifs aboutissent plus vite avec des mises financières initiales modestes, grâce à plus de synergies et de partages d'expériences entre les créateurs et des utilisateurs très actifs. On peut parler à ce propos de « codesign. » Le phénomène n'est pas neuf en soi, l'innovation n'a jamais vraiment bien abouti contre les aspirations des clients, mais le monde de la téléphonie ne cesse de l'ignorer, ayant jadis voulu imposer le téléphone comme moyen de diffusion de concerts avec le théâtrophone et ayant récemment parié que les utilisateurs de portables navigueraient sur Internet sans se douter qu'ils leur apporteraient une rente inespérée en échangeant par milliards des textos !

Le codesign, utilisé, parfois jusqu'à l'abus, par les concepteurs de nouveaux logiciels proposés puis vendus avant d'être réellement au point, explique le succès de Wi-Fi (*wirefied fidelity*), réseaux hertziens à haut débit et portée modeste, installés par des particuliers ou des communautés au départ, infiniment moins coûteux que la technique UMTS choisie par les grands opérateurs pour le téléphone portable de 3<sup>e</sup> génération, qui se met en place lentement à coups de milliards et se trouve ainsi menacée dès son lancement. Le même processus explique qu'une petite entreprise, Skype, prenne de vitesse les opérateurs qui, au lieu de réinventer leur métier, tentent désespérément de retarder l'arrivée de la téléphonie gratuite par Internet (VoIP ou *voice on Internet protocol*) qui ruine leur modèle économique. Le logiciel gratuit de Skype avait été téléchargé par 56 millions de personnes au début de 2005, un an et demi après sa création.

La supériorité du modèle basé sur les interactions et les allers-retours rapides entre offre et utilisateurs actifs explique qu'aucun « grand acteur, qu'il soit opérateur de télécommunications, éditeur de contenu ou grand distributeur de logiciels, n'a inventé un service vraiment révolutionnaire sur Internet. » Quant au mode de financement classique, institutionnel, prudent et lent, il a abouti à des désastres comme le Plan Calcul et Bull en France, Olivetti, ICL, Siemens Nixdorf, qui privent l'Europe de champions en informatique face aux Américains et à l'Asie.

Serge Soudoplatoff n'est pas pour autant contre les investissements publics, au contraire il considère comme une erreur d'avoir confié l'infrastructure d'Internet aux opérateurs de télécommunications qui le freinent par peur ou incompréhension de la nature du nouveau media, comme le montre la promotion de l'ADSL, technique asymétrique par définition, ignorant que les internautes ont vocation à être tous non seulement des récepteurs d'informations mais aussi des émetteurs, à la différence des auditeurs de l'ex ORTF, voix du gouvernement! Les infrastructures numériques, outils des politiques d'aménagement du territoire, devraient être financées comme les routes et le rail par l'Etat et les collectivités régionales. Les services en revanche doivent être co-inventés par l'initiative privée en laissant les coudées plus libres aux entrepreneurs créatifs, aux entreprises naissantes.

Le retard d'exploitation des possibilités ouvertes par le numérique s'explique largement en France par le rejet d'une logique à l'opposée de celle dominante dans les grandes organisations hiérarchiques. D'où les blocages extraordinaires qui aveuglaient tant d'acteurs il y a peu et qui faisaient interdire encore en 1996 chez Alcatel et d'autres l'envoi de fichiers par Internet, les coursiers étant jugés plus sûrs ! Or les rattrapages sont longs et coûteux, certaines occasions ne se retrouveront jamais, et c'est une piètre consolation que d'égrainer la longue liste de Français dont la créativité a servi des entreprises américaines. Finalement le succès du modèle Internet s'explique par la montée de la complexité du monde et des problèmes à affronter. L'outil pour répondre à une telle complexité ne peut être qu'un système d'interactions lui-même complexe et dynamique, faisant émerger par synergies successives, des solutions infiniment plus pertinentes et économes en ressources que les vieilles recettes cartésiennes, tayloriennes et statiques.

André-Yves Portnoff  
1 avril 2005.